



BICENTENARIO
PERÚ 2021

Webinar Exportador

Seminarios Virtuales Miércoles del Exportador

Canadá: TLC y Oportunidades comerciales

2021

Lima, 09 de junio de
2021



BICENTENARIO
PERÚ 2021

Webinar Exportador

**John
Cusipuma**

Dirección de
Norteamérica y Europa

Director

2021

Seminarios Virtuales Miércoles del Exportador

Tratado de Libre Comercio Perú – Canadá

Lima, 09 de junio de
2021

Red de Acuerdos Comerciales del Perú

Webinar
Exportador

Vigentes



Firmados



Negociación



Profundización



Camino hacia el TLC Perú- Canadá



2006: Perú y Canadá suscribieron un Acuerdo de Protección y Promoción de Inversiones (FIPA).

Diciembre 2006: 1° reunión exploratoria entre Canadá, Colombia y Perú para evaluar los términos de una eventual negociación para un TLC.

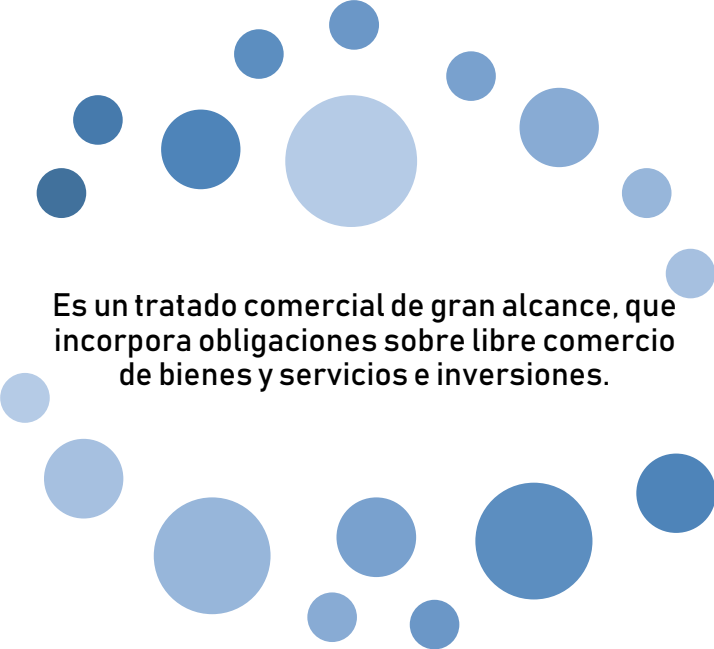
Marzo 2007: Perú, Colombia y Canadá sostuvieron una videoconferencia para abordar los asuntos relacionados a la negociación.

Julio – diciembre 2007: 4 Rondas de negociación


Se firmó en Lima el **29 Mayo de 2008**

Entró en vigencia el **1 de agosto de 2009**

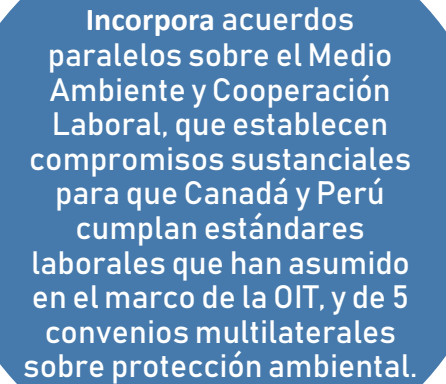

Sobre el TLC Perú- Canadá



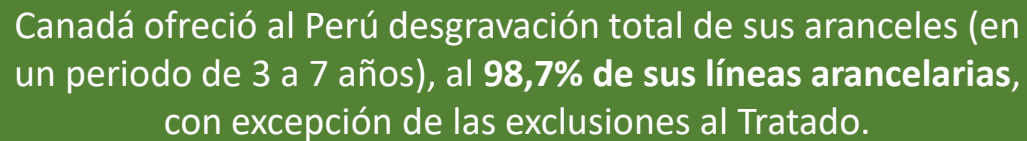
Es un tratado comercial de gran alcance, que incorpora obligaciones sobre libre comercio de bienes y servicios e inversiones.



✓ Se negociaron 23 capítulos: Trato Nacional y Acceso a Mercados, Reglas de Origen, Facilitación de Comercio, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, Obstáculos Técnicos al Comercio, Emergencia y Defensa Comercial, Inversión, Comercio Transfronterizo de Servicios, Contratación Pública, Comercio Electrónico, Laboral, Medio Ambiente, Solución de Controversias, entre otros.



Incorpora acuerdos paralelos sobre el Medio Ambiente y Cooperación Laboral, que establecen compromisos sustanciales para que Canadá y Perú cumplan estándares laborales que han asumido en el marco de la OIT, y de 5 convenios multilaterales sobre protección ambiental.



Canadá ofreció al Perú desgravación total de sus aranceles (en un periodo de 3 a 7 años), al **98,7%** de sus líneas arancelarias, con excepción de las exclusiones al Tratado.

Resultados del TLC Perú-Canadá

Webinar
Exportador

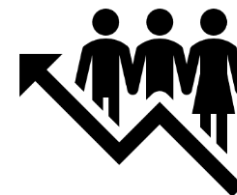
Onceavo año de vigencia

Desde la entrada en vigor del TLC, se han registrado:

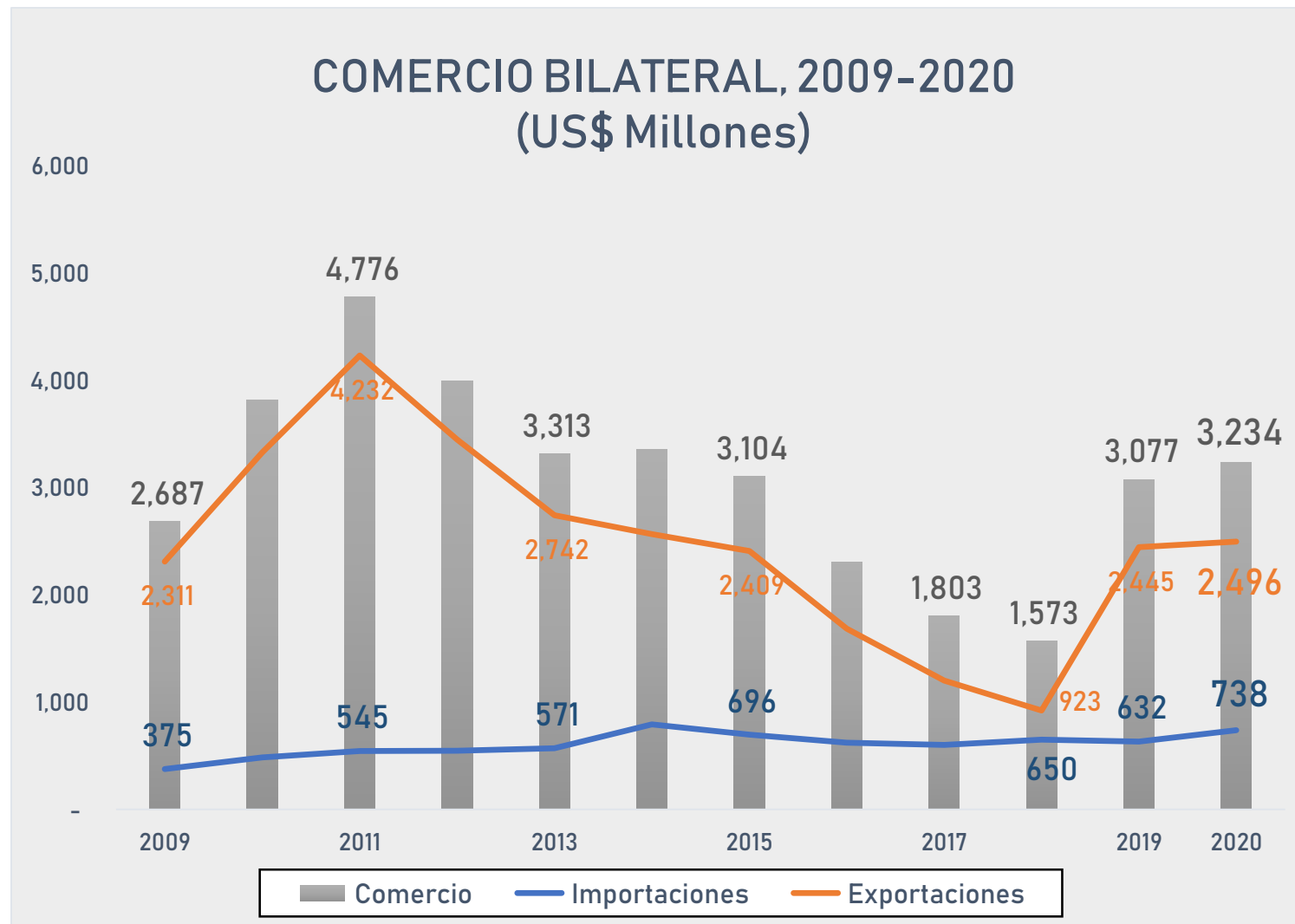
961 nuevos productos exportados a Canadá, por un monto total de US\$ 282 millones. De este total, el 98% pertenecen al sector no tradicional.

1706 nuevas empresas exportadoras a Canadá (US\$ 8,486 millones), el 74.7% de las cuales fueron micro y pequeñas exportadoras.

El valor de las exportaciones peruanas a Canadá creció a un promedio anual de 2%, se destaca el crecimiento de las exportaciones no tradicionales, las cuales crecieron en 18.9%.



Comercio Perú - Canadá



Al 2020:

Canadá fue el 4º socio comercial más importante del Perú después de China, EE.UU. y Unión Europea.

↑5%
Comercio Bilateral
(Por 2º año consecutivo)

↑2%
Exportaciones a Canadá
(representa 77% del comercio)

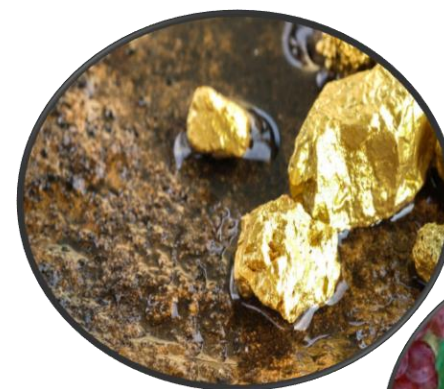
↑15%
Exportación de
productos agrícolas

Perú – Canadá: Principales productos exportados
(US\$ Millones)

Webinar
Exportador

Perú-Canadá: Exportaciones

Part. % 2020	Bienes	Anual			Var. % 20/19
		2,018	2,019	2,020	
100%	Total	923	2,445	2,496	2%
90%	Tradicional (T)	731	2,081	2,248	8%
10%	No Tradicional (NT)	192	364	249	-32%
87%	Minero metalúrgico	646	2,113	2,160	2%
80%	Oro	363	1,704	1,985	16%
3%	Zinc	32	66	77	17%
2%	Cobre	34	29	50	69%
1%	Plata	36	214	37	-83%
7%	Agropecuario (T y NT)	149	163	187	15%
5%	Fruta	80	93	115	23%
1%	- Uva	16	27	33	22%
1%	- Mango	16	18	29	64%
1%	- Mandarina	17	15	17	15%
0%	- Arándano	14	8	10	29%
0%	- Fresa	4	7	9	25%
0%	- Palta	6	8	9	4%
1%	Café sin tostar	35	35	32	-8%
4%	Pesquero (T y NT)	81	110	104	-6%
3%	Aceite de pescado	51	77	65	-17%
1%	Langostino	13	11	16	41%
1%	Textil	30	30	30	-1%
1%	Prendas de vestir	27	26	27	2%
1%	- Algodón	20	21	22	6%
1%	Otros	17	29	17	-43%



Fuente: SUNAT

Perú – Canadá: Principales productos importados
(US\$ Millones)

Webinar
Exportador

Perú-Canadá: Importaciones

Part. % 2020	Bienes	Anual			Var. % 20/19
		2,018	2,019	2,020	
100%	Total	650	632	738	17%
78%	Insumo	478	451	572	27%
13%	Capital	110	124	97	-22%
9%	Consumo	63	56	68	20%
66%	Agropecuario	403	334	490	47%
58%	Cereales	350	290	428	47%
56%	- Trigo	347	283	413	46%
5%	Lenteja	22	20	35	74%
1%	Arveja	5	3	7	145%
14%	Metal mecánico	121	130	104	-20%
9%	Máquinas mecánicas	68	67	69	3%
4%	- Para triturar y sus partes	14	25	27	8%
1%	Cables de acero	2	5	6	29%
10%	Químico	63	70	70	0%
3%	Fertilizantes	18	13	21	68%
3%	- Cloruro de potasio	18	12	20	69%
2%	Detonadores eléctricos	9	18	11	-35%
1%	Plástico	14	11	9	-21%
1%	Productos farmacéuticos	4	5	9	59%
2%	Siderúrgico	27	27	14	-48%
1%	Barras	8	8	4	-48%
8%	Otros	36	69	59	-15%



Fuente: SUNAT

Canadá: Socio Estratégico

Webinar
Exportador



✓ Representa un mercado de 38 millones de habitantes.

Credenciales macroeconómicas sólidas

Marco sólido para la inversión extranjera

Oportunidades en sectores productivos



**Anouk
Bergeron-Laliberté**

Embajada de Canadá en Perú

Consejera Comercial

**Seminarios Virtuales
Miércoles del Exportador**

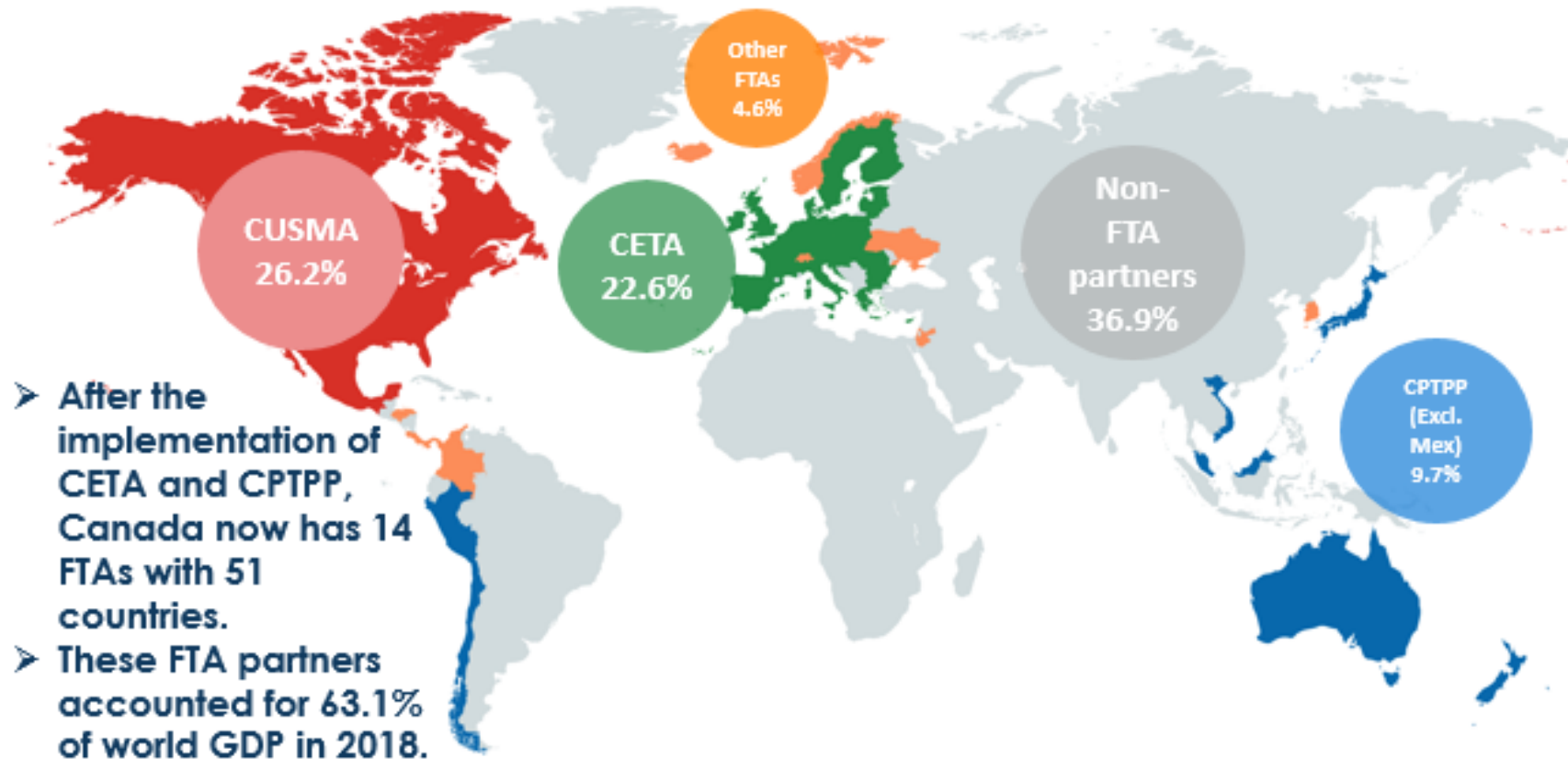
**Relación comercial
Canadá - Perú:
conectar las
empresas.**

Lima, 07 de abril de
2021

Relación bilateral Canadá-Perú

- Exportaciones de Canadá a Perú (2020)
\$871.7 millones de dólares canadienses (\$768.4 millones en 2019)
- Importaciones de Canadá desde Perú (2020)
\$3,664 millones de dólares canadienses (\$3,590 millones en 2019)
- Inversiones canadienses en Perú (2020)
\$15,020 millones de dólares canadienses (\$14,662 millones en 2019)
- ❖ Perú es el tercer socio comercial mas importante de Canadá en la región de América del Sur (después de Brasil)
- ❖ Perú es la tercera destinación mas importante de la inversiones canadienses en la región (después de Chile)

Canadá se beneficia de una amplia red de tratados de libre comercio



Data: IMF World Economic Outlook April 2019, Source: Office of the Chief Economist, Global Affairs Canada

Acuerdos de libre comercio que fortalecen nuestra relación comercial

TLC Canadá - Perú

- Firmado en 2009
- Tarifas preferenciales: 97,3% del arancel peruano está libre de aranceles para Canadá.
- Reglas claras para exportadores canadienses y peruanos
- Las importaciones han crecido en 435% desde la entrada en vigor del tratado
- Los sectores con mayor crecimiento son minería, agrícola y químicos

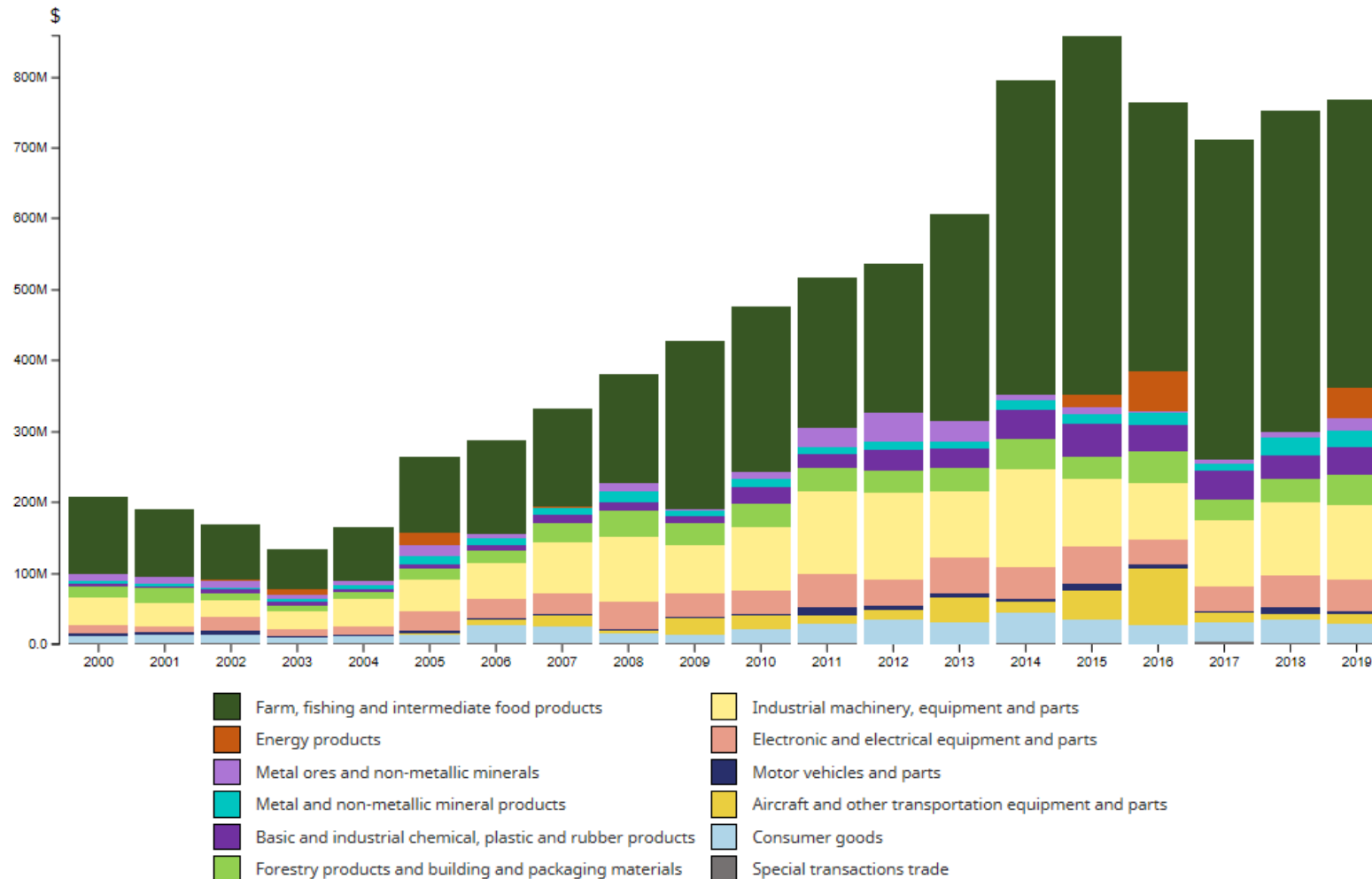
CPTPP

- Un acuerdo de libre comercio integral entre 11 países.
- Permite alcanzar 98,7% libre de aranceles para Canadá.
- Perú ha firmado el acuerdo pero no está en vigor hasta que lo ratifique.

Alianza del Pacífico

- Canadá en negociaciones con los países de la Alianza del Pacífico (Perú es un miembro)

Evolución de las exportaciones



Servicio comercial de Canadá en Perú



Parte integrante de la Embajada de Canadá en Perú, representante del gobierno canadiense.



Estamos aquí para apoyar a las empresas canadienses a desarrollar negocios en Perú (socios locales).



El Servicio comercial promueve los intereses económicos canadienses en el mercado global.



Promovemos conexiones con Canadá.

Conectar negocios

01

Comprar de Canadá

Asociación comercial;
Representación;
Comprador-vendedor; J-V

03

Innovar con Canadá

I + D / comercialización
en colaboración

02

Invertir en Canadá

Establecer o expandir su
empresa en Canadá

<https://www.investcanada.ca>

04

Estudiar en Canadá

Escuelas, socios I&D,
becas, formación

www.educanada.ca



1. Herramienta de búsqueda de tarifas:

<https://www.tariffinder.ca/>

(en inglés o en francés)

- Para obtener rápidamente información sobre tarifas para productos y países específicos donde Canadá tiene un Tratado de Libre Comercio.

2. Herramienta de búsqueda de empresas canadienses:

<https://www.canada.ca/en/services/business/research/directoriescanadiancompanies.html>

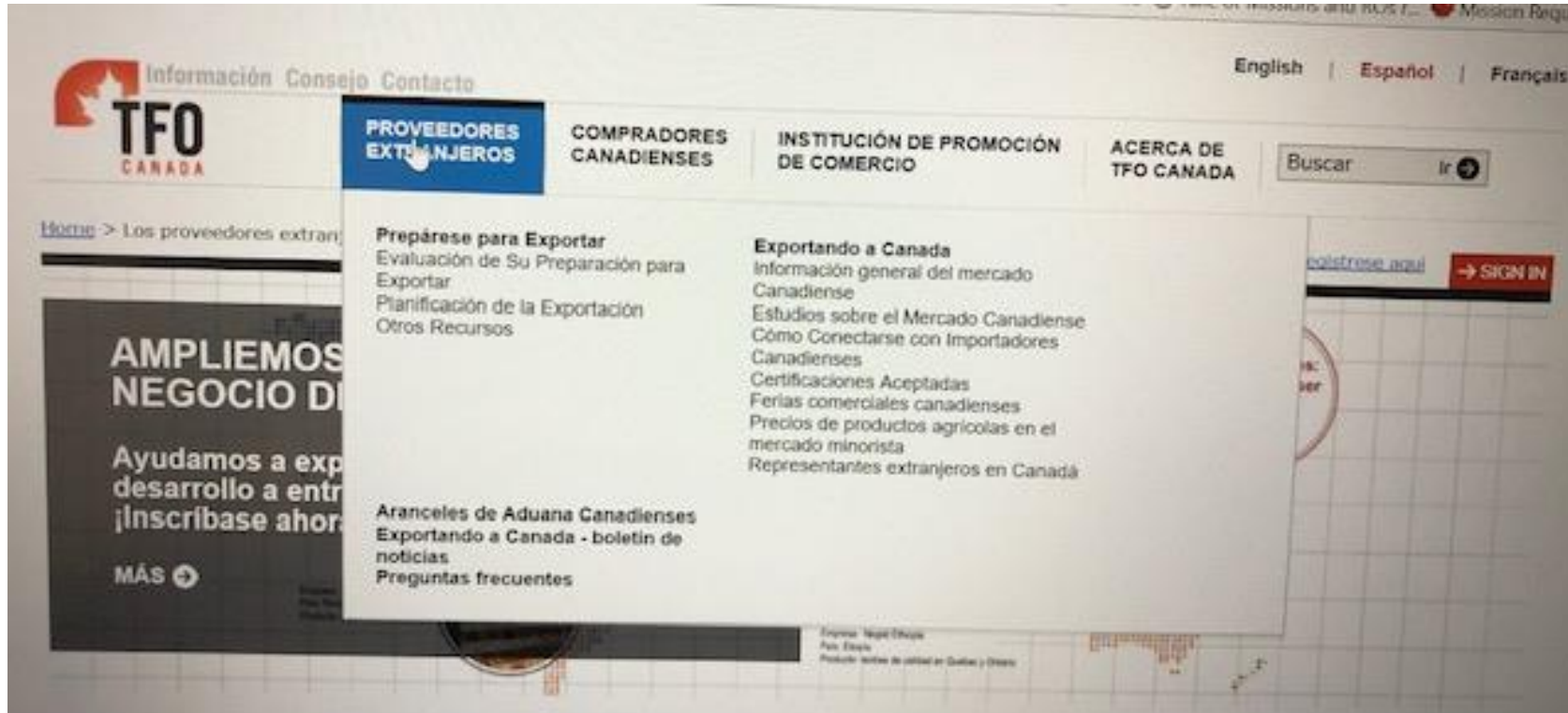
- Para obtener informaciones sobre las empresas canadienses.

3. Base de datos de importadores canadienses:

<https://www.ic.gc.ca/eic/site/cid-dic.nsf/eng/home>

- Para obtener información sobre las empresas importadoras por producto.

Apoyo para exportadores – otra fuente



TFO Canada

Para comunicarse con nuestro equipo:

limacommerce@international.gc.ca

Síguenos en las redes sociales:



Embajada de Canadá en Perú y Bolivia



@CanadaenPeru



[linkedin.com/in/anouk-bergeron-laliberte-59866986](https://www.linkedin.com/in/anouk-bergeron-laliberte-59866986)

Webinar
Exportador



prom
perú



BICENTENARIO
PERÚ 2021

Webinar Exportador

**Franklin
Flores Velarde**

Profesional de la Dirección de Desarrollo
de Mercados Internacionales

Viceministerio de Comercio Exterior

Seminarios virtuales Miércoles del Exportador

Oportunidades comerciales para el mercado canadiense

Lima, 09 de junio de 2021

Tabla de Contenido

1

- Canadá en cifras

2

- Análisis de mercado de Canadá

3

- Análisis de los sectores potenciales

4

- Oportunidades comerciales

Canadá en cifras



37.54

millones de habitantes



US\$ 47 569

PBI Per cápita (PPP)



15va economía del mundo

con respecto al PBI en PPP en el año 2020

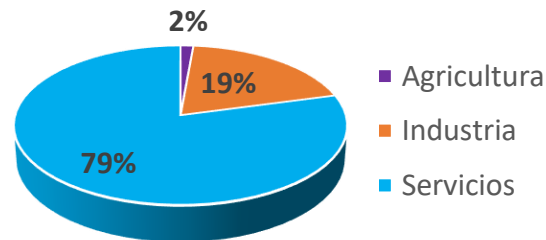
Webinar
Exportador



Capital: Ottawa

Conformado de 10 provincias y 03 territorios. La población vive principalmente en Toronto, Montreal y Vancouver.

Empleo por sector
(en% del empleo total)



Fuente: World Wank, OMC, WEF



14vo en Ranking de competitividad

Retrocedió 2 puestos con respecto al 2019.



68% PBI

Representa el Sector servicios y utiliza el 79% de la fuerza laboral en 2020



US\$ 390 751

Millones en exportación en 2020



US\$ 405 001

Millones en importación en 2020

prom
perú

Análisis del mercado de Estados Unidos

Negociación



Mentalidad abierta, evitan prejuicios, prefieren una relación directa y van a los objetivos de manera precisa.



Establecer una estrategia de marketing, que muestre información relevante sobre la compañía y el producto.



Toma de decisiones no es jerárquica, en base a datos concretos y puntuales, además, consideración las opiniones de todo los participantes.

Webinar
Exportador

Logística



Logistics Performance Index - LPI **20** de 160 países

Tráfico de carga estimado **300.5** millones de toneladas



77%



23%

PUERTO ORIGEN	PUERTO DESTINO	NAVIERA	FREC.	T/T	AGENTE
CLL	Montreal	CMA CGM	Semanal	21 días	CMA CGM Perú
		Hamburg Sud	Semanal	22 días	Cosmos Agencia Marítima
		Evergreen	Semanal	22 días	Greenandes
		Maersk Line	Semanal	22 días	Maersk Line Perú
		MSC (Mediterranean Shipping Company)	Semanal	22 días	MSC Perú
CLL	Vancouver	CMA CGM	Semanal	27 días	CMA CGM Perú
		Hamburg Sud	Semanal	30 días	Cosmos Agencia Marítima
		Evergreen	Semanal	30 días	Greenandes
		Maersk Line	Semanal	30 días	Maersk Line Perú
		MSC (Mediterranean Shipping Company)	Semanal	30 días	MSC Perú

Acuerdos

Acuerdos en vigencia con países y/o grupos de países

- | | |
|------------------|-----------------|
| 1. Corea del Sur | 9. Chile |
| 2. Honduras | 10. Israel |
| 3. Panamá | 11. Ucrania |
| 4. Jordania | 12. Reino Unido |
| 5. Colombia | 13. UE |
| 6. Perú | 14. CPTPP |
| 7. AELC | 15. T-MEC |
| 8. Costa Rica | |

En negociación con países y/o grupos de países

1. Comunidad del Caribe
2. Guatemala, Nicaragua y El Salvador
3. República Dominicana
4. Mercosur
5. Singapur



Supermercados



En 2020, Los supermercados ven un crecimiento de valor debido a un aumento en la demanda de **alimentos esenciales** y **comidas listas para comer**.

Las ventas de valor aumentaron un **5%** hasta alcanzar los **CAD 43 300 millones** en 2020.

Sobeys Inc sigue dominando en el valor de ventas de supermercados, representando el **52%** en 2020. Seguido por Metro Inc (18%) y Loblaws Cos Ltd (17%).

En 2020, las marcas más vendidas en los supermercados fueron **Sobeys** (13%), **Foodland** (12%), **Safeway** (11%) y **Metro** (9%).



Impacto

Los supermercados vieron en las **ventas en línea** más del **doblo** durante los primeros tres meses de cierre.

Webinar
Exportador



Tendencias del mercado

Por el aumento de demanda de comidas listas para comer, se crearon **kits de comidas** similares.

Por la **alta competencia de precios** con las tiendas de descuento, que ofrecen servicio de alimentos al consumidor, los supermercados en respuesta han **creado mini-restaurantes** en la tienda para **ofrecer productos saludables** y opciones de servicios de comidas asequibles.

Han seguido **aumentando su oferta** en el canal de **comercio electrónico** y ampliar su servicio de compra de comestibles con diferentes marcas de la tienda.



Estrategias

Los supermercados tendrán **desafíos** que superar con respecto a las tiendas de descuento en los canales en línea con respecto a la **entrega de alimentos frescos**.

prom
perú

Tiendas de conveniencia



A pesar de permanecer **abierto** para proporcionar bienes esenciales durante la pandemia, las tiendas de conveniencia sufren una **pérdida** significativa en las ventas por el **bajo tráfico peatonal**.

Las ventas de valor disminuyen un **4%** hasta alcanzar los **CAD 1 400 millones** en 2020.

7-Eleven Canada Inc refuerza su participación de valor líder al **40%** en 2020.

En 2020, las marcas más vendidas en las tiendas por conveniencia fueron **7-Eleven** (40%), **Circle K** (9%) y **Couche-Tard** (5%).



Impacto

El **bajo flujo de tráfico peatonal**, especialmente durante la **hora del desayuno**, influyo en las **bajas de ventas** en las tiendas de conveniencia.

Webinar
Exportador



Tendencias del mercado

Se pronóstica una **leve recuperación** en el periodo 2021 -2022 a medida que el tráfico peatonal continúe normalizándose.

Aumento en su oferta de alimentos para llevar incluso están asignando **más espacio** en los estantes a selecciones **más saludables**, como barras de bocadillos orgánicos, bebidas nutritivas, yogur y cecina de res.



Estrategia

Es avanzar hacia la **marca de distribuidor** y desarrollar estrategias **multicanal** para estimular las compras en línea.

Otros se han centrado en ofrecer **ofertas de marcas privadas** para tener precios más competitivos y una marca más consistente.



Minoristas de alimentos tradicionales



En 2020, las ventas de valor en los minoristas de alimentos tradicionales aumentaron un **2%** hasta alcanzar los **CAD 58 200 millones**.

Liquor Control Board of Ontario lidera las ventas con una participación de valor del **9%** en 2020

Antes de la pandemia, muchos minoristas de alimentos tradicionales estaban entrando en un **fase de crecimiento estancado**, ya que el canal es muy maduro y se enfrenta a una mayor competencia.

Los minoristas de alimentos tradicionales siguen siendo un **canal muy competitivo** en Canadá, pero especialmente para especialistas en **alimentos y bebidas no alcohólicas**.



Impacto

La pandemia agrava los problemas financieros de **David's Tea**, y obliga a cerrar 84 puntos de venta y enfocarse en el **comercio electrónico** y el **suministro**

otro minoristas

Exportador



Tendencias del mercado

Aumento de la demanda de **bebidas alcohólicas** en el periodo de cuarentena mediante el comercio electrónico llegando a crecer en un **200%**.

Incrementa la tendencia de compra de alimentos por el canal en línea como la mayor preferencias de **recojo** de productos **en tiendas** que a través de **entrega a domicilio**.



Estrategias

Desarrollo de una estrategia **omnicanal** para ser más atractivo a la tienda y aumentar el flujo de ventas.

Centrarse en mejorar el negocio de **comercio electrónico** y en **proveer a supermercados y farmacias**.

Minoristas de ropa y calzado



En 2020, las ventas de valor disminuyen un **29%** logrando la el valor de **CAD 20 900** millones.

TJX Cos Inc mantiene el liderato con una participación de valor del **13%** en 2020.

Se proyecta que las ventas de minoristas de ropa y calzado en un valor promedio de **9%** anual de **2020 a 2025**. Además, se espera que en **2021** aumente **7%**.

En segundo lugar de participación esta **Gap Inc** con **5.3%** y **Canadian Tire Corp Ltd** **5%**.



Impacto

La pandemia **agravó** los problemas que aquejan a los minoristas con grandes redes de tiendas, provocando **más cierres**.

Webinar
Exportador



Tendencias del mercado

Disminución del interés de los consumidores por las **marcas** de moda rápida y de otras medianas marcas populares.

Aumento de la demanda de **ropa casual y deportiva**.

Los minoristas especializados en ropa y calzado deberían tener una **recuperación** de las ventas a niveles pre-COVID para **2023**.



Estrategia

A corto plazo **cambiaron la oferta** de ropa por artículos de cuidado de salud como **mascarillas**.

Algunos grandes minoristas de ropa y calzado **reestructuraron** sus negocios cerrando tiendas y cambiando el enfoque al **comercio electrónico**.

Productos priorizados



Aceitunas



Polvo de maca



Insumo e
ingredientes
cosméticos



Aguaymanto



Paiche
congelado



Baldosas y
mármol
travertino



Aceite de Sacha
Inchi



Pisco



Artesanías de
cerámica

Webinar Exportador



Franklin Flores Velarde

Dirección de Desarrollo de Mercados
Internacionales
Viceministerio de Comercio Exterior

ffloresv@mincetur.gob.pe

Seminarios virtuales Miércoles
del Exportador

Preguntas y respuestas

¿Alguna consulta?